



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“REVISION SISTEMATICA DE ESTUDIOS REALIZADOS SOBRE ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DEL HOTEL LIBERTADOR DE TRUJILLO, TRUJILLO 2018”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración y Gestión Comercial

Autores:

Marleny, Chomba Ayay

Asesor:

Dr. Alberto Zelada Zegarra

Trujillo - Perú

2018

Tabla de contenido

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	4
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	11
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática	13
1.2. Formulación del problema	13
1.3. Objetivos	17
1.4. Hipótesis (Supuestos)	17
CAPÍTULO II METODOLOGÍA	18
CAPÍTULO III RESULTADOS	23
CAPÍTULO IV CONCLUSIONES	24
REFERENCIAS	43
ANEXOS	45

01. Tabla N° 1	Pág.
02. Tabla N° 2	Pág.
03. Tabla N° 3	Pág.
04. Tabla N° 4	Pág.
05. Tabla N° 5	Pág.
06. Tabla N° 6	Pág.
07. Tabla N° 7	Pág.
08. Tabla N° 8	Pág.
09. Tabla N° 9	Pág.
10 Tabla N° 10	Pág.
11. Tabla N° 11	Pág.
12. Tabla N° 12	Pág.
13. Tabla N° 13	Pág.
14. Tabla N° 14	Pág.

ÍNDICE DE FIGURAS

01. Figura N° 1	Pág.
02. Figura N° 2	Pág.
03. Figura N° 3	Pág.
04. Figura N° 4	Pág.
05. Figura N° 5	Pág.
06. Figura N° 6	Pág.
07. Figura N° 7	Pág.
08. Figura N° 8	Pág.
09. Figura N° 9	Pág.
10. Figura N° 10	Pág.
11. Figura N° 11	Pág.
12. Figura N° 12	Pág.
13. Figura N° 13	Pág.

RESUMEN

La presente investigación está basada en el estudio de **“Revisión sistemática de estudios realizados sobre estrategias de posicionamiento del hotel libertador de Trujillo, Trujillo 2018”**, las empresas dedicadas al rubro hotelero se encuentran actualmente en un entorno sumamente competitivo, es por ello que se considera la aplicación de estrategias relacionadas a la gestión de relaciones con los clientes, con la finalidad de mantenerlos. Razón por la cual se realiza la iniciativa de desarrollar un informe de pasantía, el cual busca la permanencia de clientes a través de un programa de fidelización estructurado y diseñado para El Hotel Libertador.

El informe presenta como objetivo general el proponer un plan de posicionamiento para lograr mantener la cartera de clientes en la empresa. De la misma manera, la metodología utilizada para el desarrollo del informe está enmarcada en un proyecto factible, con un nivel de investigación descriptivo y un diseño establecido como de campo. Así, se pudo entonces establecer una estructura estratégica para el desarrollo del informe, recolectando resultados directamente de la organización y ofreciendo una propuesta diseñada específicamente para El Hotel Libertador. Se aplicó como instrumento de recolección de datos, la encuesta de tipo cuestionario, aplicada a una muestra de clientes extraída de una población finita, arrojando como resultados claras debilidades en las relaciones por parte del hotel, con sus clientes. Igualmente, se desarrollaron perfiles de clientes adaptados a las características de ellos de acuerdo a su frecuencia de compra, para proponer finalmente y a través de fases, el programa de posicionamiento.

Finalmente, se pudo concluir que la empresa en estudio, debe poner en marcha el plan propuesto para lograr suprimir las debilidades encontradas en cuanto a las relaciones que poseen con sus clientes, buscando así la estabilidad y aumento de sus ventas.

PALABRAS CLAVES: Programa de posicionamiento; Huésped; Hotel; Atractividad; Servicio; frecuencia de compra; cultura.

ABSTRACT

The present investigation is based on the study of "Systematic review of studies carried out on positioning strategies of the hotel liberator of Trujillo, Trujillo 2018", the companies dedicated to the hotel industry are currently in a highly competitive environment, which is why it is considered the application of strategies related to the management of relations with customers, in order to maintain them. Which is why the initiative to develop an internship report is made, which seeks the permanence of clients through a structured loyalty program designed for The Libertador Hotel.

The report presents as a general objective to propose a positioning plan to maintain the client's portfolio in the company. In the same way, the methodology used for the development of the report is framed in a feasible project, with a level of descriptive research and a design established as field. Thus, it was then possible to establish a strategic structure for the development of the report, collecting results directly from the organization and offering a proposal designed specifically for the Hotel Libertador. The questionnaire-type survey applied to a sample of clients drawn from a finite population was applied as a data collection instrument, yielding as clear results weaknesses in the relations by the hotel, with its clients. Likewise, customer profiles adapted to their characteristics were developed according to their purchase frequency, to finally propose and through phases, the positioning program.

Finally, it was concluded that the company under study must implement the proposed plan to eliminate the weaknesses found in terms of the relationships they have with their customers, thus seeking stability and increased sales.

KEYWORDS: Positioning program; Guest; Hotel; Attractiveness; Service; purchase frequency; culture.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

Acerenza, M. (2003). “Gestión de Marketing de Destinos Turísticos en el Ambiente Competitivo Actual.” Aporte y Transferencias, año 7, Vol. II. Universidad Nacional de Mar de Plata. Argentina. [Documento en línea] Disponible en redalyc.uaemex.mx/pdf/276/27670204.pdf. [Consulta 20 de enero de 2011]

Alcázar, B. del (2002) *Los Canales de distribución en el sector turístico*. Madrid: ESIC Editorial.

Alonso, M., y C. Galve (2008). “El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de lo determinantes en su constitución”. *Acciones e Investigaciones Sociales* N°. 26. Julio 2008. Departamento de Economía y Dirección de Empresas. Universidad de Zaragoza, España. 5-44.

Andrade, S. (2002). “Estrategia Corporativa”. En *Estrategia y gestión de los contenidos y procesos de enseñanza aprendizaje en el Sistema Modular*. Teoría. [Documento en línea] Disponible en [Consulta 20 de enero de 2011]

Antón, S. et al (2005) *Planificación Territorial del Turismo*. Barcelona: UOC

Ávila, R. (2002). “Introducción al concepto de sostenibilidad y turismo sostenible.” *Turismo Sostenible*. Madrid: IEPALA Editorial.

Baena, E.; Sánchez, J., y Montoya, O. (2003). “El Entorno Empresarial y la Teoría de las Cinco Fuerzas Competitivas” *Scientia et Technica* Año. IX, No. 23. Diciembre 2003. 61-66

Balestrini, M. (2001). *Cómo se elabora un proyecto de investigación*. 5ª. Ed. Caracas: BL Consultores Asociados.

Barreto, M. (1996). “Turismo “De Negocios”: Un concepto polémico.” *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 5, No. 3, Julio 1996. 207-221. CIET. Buenos Aires.

Bigné, E., Font, X. y Andreu, L. (2002) *Marketing de Destinos Turísticos*. Madrid: McGraw Hill.

Blacwell, R., P. Miniard y J. Engel (2002). *Comportamiento del Consumidor*. México: Thompson Learning.

Buitelaar, R. (2000). *¿Cómo crear competitividad colectiva?*. Mimeog. División de Desarrollo Productivo y Desarrollo Empresarial, CEPAL, Santiago de Chile.

Caldera, D., S. Carrillo y Z. (2010). La influencia de la edad, el género y la escolaridad en el emprendimiento. Análisis para su Des-mitificación. XI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. [Documento en línea].

Disponible en <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xv/ponencias/27.pdf>
[Consulta: 30 de enero, 2011].

Camisón, C., Garrigós, F., Palacios, D. (2007) Estrategias competitivas y desempeño empresarial: Estudios comparativos de los modelos de Robinson & Pearce y Miles & Snow en el sector hotelero español. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa Vol. 13, Nº 3, 2007, pp. 161-182, I.

Guzmán, A., L. Orjuela, L., y M. Perdomo (2010) Análisis estratégico del Sector Hotelero para el Hotel Tequendama en Bogotá. Trabajo de Grado. Administración de Negocios Internacionales. Universidad del Rosario. Bogotá. Colombia.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2001). *Metodología de la Investigación*. 4ª. Edic. Mexico: McGraw Hill.

Hurtado de Barrera, J. (2008). “La Investigación Proyectiva”. [Documento en línea] Disponible en <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacinproyactiva.html>. [Consulta: 15 de febrero, 2011]

Ind, N. (1991) *La Imagen Corporativa*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Instituto de Turismo de España (2007). *Introducción al Turismo de Negocios y Desarrollo de Productos Especializados*. Madrid: ITE

Porter, M (1991). *Estrategia Competitiva*. México: Cía Editorial Continental

Porter, M. (2008). *Las Cinco Fuerzas Competitivas que le dan forma a la estrategia*. (Reimp) Harvard Business Review América Latina.

Publicaciones Vértice (2007). *Gestión integral de Pymes*. España: Vértice

Publicaciones Vértice (2008). *Marketing Turístico*. España: Vértice

Sánchez, M. (2002) La propuesta A.B.C. (Activity based costing) aplicada al sector hotelero. Tesis Doctoral. Universitá Rovira Virgili. Cataluña.

San Martín, H. (2005). Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador. Tesis Doctoral. Departamento de Administración de Empresas. Universidad de Cantabria

<https://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>

<http://blog.inturea.com/la-diferenciaci%C3%B3n-clave-para-el-posicionamiento-de-un-hotel-en-google>